

## Planifier vos communications

### Objectifs de communication

Un objectif de communication est une intention d'action auprès d'un public cible afin d'atteindre une situation à partir d'une situation donnée (« Faire connaître... », « Obtenir l'adhésion ou faire comprendre... », « Inciter à agir... », etc.).

*Que souhaitons-nous accomplir? Quels sont les impacts recherchés? Quels sont les résultats à atteindre?*

### Enjeux de communication

Un enjeu de communication est lié au contexte et à la situation. Il peut être de nature stratégique, opérationnelle ou en lien avec l'image et la réputation, par exemple. Les enjeux doivent être pris en considération dans les moyens mis en place dans le plan d'action de communication.

*Quels sont les obstacles potentiels? Y a-t-il des risques? Quels sont-ils?*

### Publics cibles

Un public cible est un groupe ou un segment d'individus pour lesquels nous devons adapter nos communications pour atteindre nos objectifs.

*À qui nous adressons-nous? Quels sont leurs intérêts et leurs préoccupations? Quel est leur niveau de connaissance sur le sujet?*

### Messages clés

Un message clé est l'information précise que nous souhaitons retenue par nos publics cibles. Idéalement, nous identifions un maximum de trois messages clés par public cible (ex. : gestionnaires, personnel, partenaires, population, etc.).

*Est-ce que le message est clair, concis et facile à comprendre? Quel est le point central ou la principale information que nous souhaitons transmettre? Quelle est l'action attendue? Est-ce que le ton est approprié (formel, informel, sérieux, léger, etc.)?*

### Actions de communication

Une action de communication est un moyen utilisé pour atteindre les objectifs de communication. Elle est adaptée à un public cible précis.

*Quels sont les moyens de communication les plus appropriés pour atteindre notre public cible? Est-ce que ce moyen est adapté au type de messages que nous voulons transmettre?*